



## Études de communication

langages, information, médiations

47 | 2016

Circulation et qualification des discours.  
Conflictualités dans les espaces publics (1)

---

# L'identité numérique des jeunes diplômés : les risques de l'absence

*Young University Graduates' Digital Identity: the Risks of Invisibility*

Arnaud Povéda

---



### Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/edc/6687>

DOI : 10.4000/edc.6687

ISSN : 2101-0366

### Éditeur

Université Lille-3

### Édition imprimée

Date de publication : 1 décembre 2016

Pagination : 167-182

ISBN : 978-2-917562-16-1

ISSN : 1270-6841

### Référence électronique

Arnaud Povéda, « L'identité numérique des jeunes diplômés : les risques de l'absence », *Études de communication* [En ligne], 47 | 2016, mis en ligne le 01 décembre 2018, consulté le 30 avril 2019. URL : <http://journals.openedition.org/edc/6687> ; DOI : 10.4000/edc.6687

---

L'identité numérique des jeunes  
diplômés : les risques de l'absence  
*Young University Graduates' Digital  
Identity: the Risks of Invisibility*

Arnaud Povéda

CARISM – GERiICO  
arnaud.poveda@gmail.com

## Résumé / Abstract

Confrontés aux dispositifs numériques très tôt pendant leur socialisation, les jeunes réinvestissent leurs habiletés sociotechniques lors de leur projection dans l'emploi. Si la construction des identités numériques privées et professionnelles est aujourd'hui une pratique répandue, les jeunes font face à des enjeux particuliers concernant notamment la réputation numérique. Ayant intériorisé les attentes, supposées ou réelles, des recruteurs, la présence numérique est perçue par les jeunes comme un signe de leur employabilité. Ainsi, une absence numérique générerait différents handicaps pour le candidat : l'accès à l'information, la réputation en ligne et les compétences en matière d'usage des dispositifs professionnels.

Mots-clés : identité numérique, traçabilité, jeunes, réseaux sociaux numériques.

*Young people, familiar with digital devices from an early age, put their technical skills to use when seeking employment. The construction of digital identities, in private as well as professional spheres, has become common practice. However, young people face certain challenges with regard to their online reputation. Under the assumption that recruiters consult the online profiles of potential candidates, young people consider their presence on social networking sites to be a sign of their own professional competence and employability. Young graduates assume that digital "invisibility" puts job candidates at a disadvantage, in terms of information access, e-reputation, and the development of skills in the use of professional digital devices.*

*Keywords: digital identity, traceability, young university graduates, social networking sites.*

Depuis leur apparition, les réseaux socionumériques professionnels – RSP – se présentent comme une alternative crédible aux autres intermédiaires du marché de l'emploi. Valorisant l'autonomie dans le cadre de l'accès à un travail ou d'une mobilité professionnelle, les RSP incitent à, comme les phrases d'accroche présentes sur les pages d'accueil des dispositifs en témoignent, se « distinguer » (LinkedIn, créé en 2003 aux Etats Unis et leader mondial du marché) et à « réaliser pleinement son potentiel » au contact d'un réseau (Viadeo, créé en 2004, actuel leader en France et talonné par son concurrent direct). Ces dispositifs s'adressent en priorité aux professionnels désireux d'y reproduire les différents éléments de leurs réseaux en une seule et même plateforme. Reposant sur une réappropriation du concept de « liens faibles », notamment théorisé par Mark Granovetter (Granovetter, 1983), Viadeo, LinkedIn et consorts concerneraient prioritairement les usagers à même de faire valoir leurs relations dans le cadre de pratiques professionnelles du web. Or, nous observons que les jeunes diplômés ou ceux sur le point d'achever leur formation, pour qui le réseau professionnel est encore embryonnaire, sont également présents sur ces sites. En conséquence, nous pouvons nous interroger sur le profil de ces usagers *a priori* non nécessairement prévus par le dispositif quand bien même ce dernier leur soit ouvert. Si les discours promotionnels, notamment ceux émanant de représentants de Viadeo, tendent à s'adresser de plus en plus aux jeunes diplômés au travers d'interventions sur des espaces qu'ils investissent massivement (blogs, chaînes Youtube spécialisées ou au sein de leur structure de formation), il apparaît que non seulement les profils des jeunes inscrits sur le site sont largement contingentés à un certain niveau d'étude et de secteurs professionnels mais aussi que les intentions d'usage sont – tout au moins à ce moment de leur parcours – parfois éloignés des prescriptions initiales du dispositif.

Dans cette contribution, nous nous appuyons notamment sur les apports de la sociologie des usages afin d'embrasser à la fois les différentes indications et/ou injonctions encourageant l'adoption d'un dispositif technique d'une part et, d'autre part, les formes de l'appropriation ainsi que le sens que les jeunes donnent à leurs pratiques. Ainsi, nous adopterons la définition du « cadre d'usage », énoncé par Patrick Flichy, « [...] comme celui qui décrit le type d'activités sociales proposées par la technique, qui la positionne dans l'éventail des pratiques sociales, des routines de la vie quotidienne, et précise les publics envisagés, les lieux et les situations où cette technique peut se déployer. Il indique également le sens social de cette technologie » (Flichy, 2008, 164). Plus particulièrement, nous considérerons l'appropriation des réseaux socionumériques dans leur globalité, quand bien même ces derniers puissent prendre des formes hétérogènes (privés, professionnels, à l'accès restreint...). En effet, le projet de cet article n'est pas l'étude d'un dispositif pour lui même mais bien la compréhension de la manière dont la pluralité des formes de présence en ligne et des discours d'accompagnement transforme le regard que les jeunes portent sur leurs pratiques du web. Ainsi, à la suite de Josiane

Jouët, nous remarquons :

La forte progression de la population des internautes dans la première décennie du XXI<sup>e</sup> siècle est souvent assimilée au « retour de l'utilisateur » ou au « tournant de l'usage » (User Turn) car les usages grand public connaissent une véritable explosion et font l'objet d'un regain d'intérêt de la recherche pour la néo-télématique ordinaire qu'est aujourd'hui Internet [...]. À l'inverse des médias de masse, l'informatique connectée se caractérise par son caractère globalisant car elle touche toutes les sphères d'activité : les services, le travail, les loisirs, la culture, la communication (Jouët, 2011, 57).

Le cadre théorique de la sociologie des usages aide à penser l'entrelacement des contextes de socialisation, qu'ils s'agissent des dispositifs sociotechniques, de la sphère du travail, des loisirs... En effet, que nous nous intéressions à la sphère privée (Metton-Gayon, 2009) scolaire (Aillerie, 2008) ou professionnelle (Povéda, 2015), il apparaît que les habitudes développées par les jeunes dans un cadre privé et les différentes incitations à l'usage du numérique laissent penser que les enjeux auxquels ces derniers font face sont à lire dans les débats liés à la réputation en ligne. Plus que construire une identité numérique professionnelle et plus que mobiliser le web à des fins d'accès à l'emploi – quand bien même les jeunes aient recours aux services des *jobs boards*<sup>1</sup> – les jeunes diplômés répondent également à une injonction de présence en ligne. Par ailleurs, nous défendons l'idée que cette injonction fait écho avec un ensemble de risques, que nous traduirons en termes de déficits réels ou supposés, liés à une absence sur les plateformes hébergées sur le web en général et sur les réseaux socionumériques professionnels en particulier.

## 1.

### De l'identité à la présence numérique

La construction des identités, quel que soit le contexte, se joue dans l'interaction avec autrui. Aussi, bien que les espaces numériques apportent de nouveaux éléments de réflexion, les processus à l'œuvre explicités par la sociologie classique, et notamment les apports des sociologues de la seconde École de Chicago demeurent pertinents. La diffusion des TIC dans toutes les strates du corps social a également contribué à redéfinir les modalités de mise en relation, en particulier pour les jeunes pour qui l'appropriation de ces dispositifs s'est notamment déroulée en contexte privé dans une logique

<sup>1</sup> Les *jobs boards* sont les moteurs de recherche d'emploi. Construits sur le modèle des moteurs de recherche grand public (à l'instar de Google ou de Bing par exemple), ces services proposent parfois des onglets « candidatures » selon les partenariats avec d'autres structures professionnelles ou de recruteurs.

relationnelle. Comme Dominique Pasquier (Pasquier, 2005) l'a notamment montré, les différents médias auxquels ils ont accès (internet, émissions de radio ou télévisuelles) ainsi que les espaces de discussion en ligne participent à leurs pratiques de sociabilité. Dans le cadre d'une enquête doctorale par entretien réalisée auprès d'un échantillon de 47<sup>2</sup> jeunes sur leurs usages professionnels du web, nous observons des phénomènes similaires à propos de la découverte du monde du travail.

### 1.1. Se présenter dans l'anticipation

Sur un RSP, les jeunes peuvent s'appuyer essentiellement sur un panel de ressources déjà confirmées. L'enjeu est alors de les mettre en scène de la manière la plus à même d'inciter des pairs ou des recruteurs à approfondir leur connaissance du profil de l'utilisateur. La mise en scène de son parcours, dont le statut est le premier signe visible, est une manière de signifier le groupe dont ils sont issus afin de se projeter dans un nouveau. Aussi, même si la démarche comprend une part importante de subjectivité, les jeunes peuvent réinvestir tout un bagage d'outils leur permettant de publiciser ces ressources. Pour des jeunes encore dans une phase de bifurcation entre la fin de leurs études et une entrée effective sur le marché du travail, dire un statut constitue une phase importante de leur affirmation d'une identité professionnelle. Comme les CV traditionnels, les RSP sont construits sur le principe de l'auto-déclaration ; se pose donc la question des stratégies discursives mises en place par les jeunes pour affirmer une identité professionnelle qui est au mieux temporaire. Comme Erving Goffman l'a montré, se mettre en scène dans des contextes hétérogènes peut être considéré comme une habileté sociale (Goffman, 1973). Ces savoir-faire accordent également une place importante au langage, tant du point de vue individuel qu'à l'échelle des codes partagés par un groupe plus ou moins étendu (Goffman, 1987). A ce sujet, les mécanismes révélés par Howard Becker et de James Carper sur l'auto-étiquetage professionnel conservent toute leur pertinence (Becker et Carper, 1956). En effet, bien qu'anciens, les auteurs rappellent le poids de la trajectoire sociobiographique des individus dans leur manière d'exprimer leur identité sociale. Ainsi, les auteurs ont réalisé une enquête qualitative auprès de onze diplômés en philosophie, vingt deux ingénieurs et dix huit physiologistes. Le projet professionnel de ces jeunes, devant exprimer la volonté de faire carrière dans leurs domaines respectifs, était le seul critère de sélection de l'échantillon ; était donc exclue l'origine sociale de ces derniers. Pour les auteurs, valoriser le titre du poste occupé revient à accorder une place importante à la charge symbolique de

2 Ces entretiens, dans le cadre d'une enquête doctorale sont composés de jeunes de 18 à 28 ans, inscrits sur Viadéo. Le corpus total révèle qu'ils sont tous diplômés d'un Master et sont majoritairement inscrits dans des cursus liés aux professions de la communication ou de Grandes Ecoles. Ils forment le volet qualitatif d'une étude par observation statistique en ligne de 1004 profils Viadéo de jeunes diplômés sans autre critère de sélection que celui de l'âge.

celui-ci. Les individus font le pari qu'autrui l'approuvera comme le signe de son appartenance à un corps de métier institué possédant ses propres codes et valeurs. Le regard que les jeunes portent sur le secteur professionnel dans lequel ils évoluent constitue une variable importante. Il apparaît que plus l'accès à ce titre est difficile et plus la responsabilité qu'il confère est forte, plus les individus tendront à le valoriser dans le processus d'identification. Ainsi, l'idée qu'ils se font du caractère indispensable de leur activité pour le fonctionnement de l'organisation est centrale. Les auteurs remarquent que les ingénieurs, comme les physiologistes, tendent à adopter cette forme d'étiquetage lorsqu'ils sont amenés à définir leur identité professionnelle (Becker et Carper, 1956, 342). Certains jeunes, plutôt que valoriser leur titre, privilégient ce qu'ils font dans le cadre de missions. Il s'agit ici de se définir par le contenu de leurs activités afin de s'inscrire dans des routines professionnelles potentiellement partagées par d'autres. En conséquence, cette posture les éloigne d'autres pouvant par ailleurs occuper le même poste qu'eux mais dont les responsabilités sont différentes (Becker et Carper, 1956, 343).

La somme des expériences professionnelles déjà vécues tout autant que la charge symbolique portée dans les formations suivies peuvent aider à comprendre ces choix. Privilégier le « titre » (le corps de métier dans son acceptation large) plutôt que les missions à réaliser peut dénoter un manque de familiarité avec les caractéristiques de l'activité professionnelle quotidienne en ceci que certains y ont déjà été confrontés dans le cadre de stages par exemple. Se définir par la structure dans laquelle ils évoluent (ou sont amenés à évoluer) revient à associer sa trajectoire individuelle avec une dynamique de groupe sans qu'une spécificité ne ressorte réellement. Le prestige symbolique dont jouit l'organisation peut être invoqué dans le sens où il semble qu'elle suffit aux jeunes à affirmer une identité professionnelle en devenir. Par ailleurs, s'associer à un ensemble de pairs aux positions dans l'organisation variées renvoie également à s'inscrire dans le réseau de celle-ci. L'importance de l'organisation comme levier pour l'identification professionnelle semble d'autant plus saillante lorsque l'accès à ce réseau est difficile. Cette posture rappelle le poids que les réseaux des Anciens peut occuper dans le cadre de l'accès à un travail. Néanmoins, les auteurs précisent également que les jeunes perçoivent ces opportunités davantage dans leur dimension théorique que pratique. En effet, ils soulignent que ces derniers rencontrent peu de problème lorsqu'ils sont amenés à accéder à un travail, notamment parce que leurs diplômes leur confèrent une position avantageuse sur le marché de l'emploi. Cependant, ce réseau leur paraît être un moyen efficace de prolonger des ressources qu'ils ont pu acquérir dans le cadre de leur formation afin d'en tirer un avantage pour leur carrière professionnelle. Nous voyons ainsi comme les dimensions stratégiques et symboliques s'entremêlent lorsque les jeunes sont amenés à se projeter dans une identité professionnelle qu'ils n'ont pas encore réellement expérimentée. Comme les auteurs le rappellent en dernier point, chaque travail fait écho à une position sociale plus ou moins valorisée dans l'espace public

et parmi leurs pairs eux-mêmes. Becker et Carper s'inscrivent ici dans une logique de classes sociales où l'enjeu pour les jeunes est soit de démontrer une ascension par rapport à leur milieu social d'origine soit une reproduction.

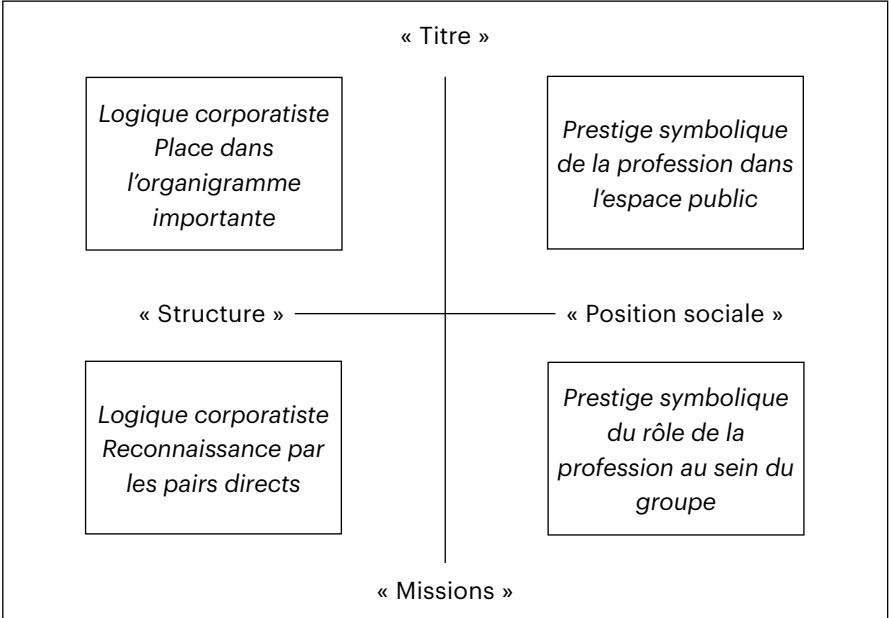


Figure 1 : Les logiques de l'affirmation d'une identité professionnelle par les jeunes diplômés selon Becker et Carper

Cette typologie peut aider à appréhender certains choix opérés par les jeunes lorsqu'ils sont invités à renseigner un statut professionnel sur un RSP. En effet, certains tendront à mettre en avant des structures spécifiques (qu'il s'agisse d'une entreprise ou qu'elle soit en lien avec leur formation) quand d'autres valoriseront une profession ou même un statut professionnel. Si les logiques dégagées par Becker et Carper peuvent s'appliquer dans une certaine mesure aux jeunes diplômés inscrits sur ces dispositifs, de nombreux paramètres interdisent une comparaison stricte. D'abord, les trajectoires de formation diffèrent grandement quand tous les jeunes interrogés par les auteurs sont issus de l'université américaine du milieu des années 1950. Ensuite, les types de formations représentées dans notre échantillon sont plus variés. Une dernière limite renvoie aux mutations touchant les modes d'accès au diplôme ainsi qu'aux évolutions des manières de travailler.

Comme le rappelle Claude Dubar, et comme cela est aujourd'hui renforcé avec la professionnalisation des parcours, l'association entre le monde du travail et le parcours scolaire existe depuis longtemps. Les différentes formations et spécialités embrassées par les jeunes, dont le choix n'est pas toujours réellement de leur fait, et la validation d'un diplôme représentent pour eux une première base de ce qui pourra être leur identité professionnelle. Or, la confirmation de cette dernière nécessite une forme d'interaction avec un autre déjà reconnu



parmi ses pairs. L'enjeu pour les jeunes se fait alors double : conserver les attributs acquis pendant leurs formations et, en conséquence, conserver leur place parmi un réseau déjà confirmé (celui réunissant les membres de la promotion voire des enseignants ou encore un réseau des anciens) d'une part ; envoyer des signes à des professionnels évoluant dans la profession envisagée mais pour laquelle l'entrée dans ce réseau est encore suspendue à une embauche potentielle (Dubar, 1996, 120-121). Ces derniers ont certes pu entrevoir certains codes prévalant dans les professions qu'ils envisagent et le diplôme obtenu leur confère une légitimité *a priori* en termes d'aptitudes professionnelles ; ils n'en sont pas moins encore aux prémices de leur carrière et ne sont pas en mesure de revendiquer un statut professionnel.

### 1.2. Les traces numériques

Les recherches sur l'identité numérique sont bien sûr nourries par les travaux, parfois très anciens, sur « l'identité » jalonnant les apports des sciences humaines et sociales ; en particulier, les travaux en sciences de l'information et de la communication démontrent bien que de nouvelles dimensions sont apparues avec la diffusion de l'informatique connectée. Si, en ligne comme lors d'interactions physiques, l'identité présentée à autrui est modulable par l'individu selon la teneur de l'échange, l'identité numérique comporte également des dimensions propres aux supports en ligne : une même page web, cadre pour la présentation de soi, peut comporter plusieurs liens vers d'autres pouvant appartenir au même usager mais renvoyant à d'autres espaces sociaux par exemple. Les publications sur ces espaces numériques ont, de plus, une portée permanente dans le sens où celles-ci sont archivées sur le web et constitueront autant de traces des usages de l'individu. En donnant à voir des éléments de son identité, les individus s'exposent au regard d'autrui, et le recherchent parfois, à l'instar des mécanismes de reconnaissance sociale hors ligne à ceci près que, sur le web, l'anonymat y est facilité. Ainsi, la construction d'une présence en ligne à même de satisfaire les désirs de communication des jeunes sans les discréditer sur le marché du travail est une pratique dépassant largement les contours de l'individu. Cette démarche implique en effet, comme n'importe quel processus de présentation de soi et d'interaction, la présence d'autrui.

Accessibles plus ou moins aisément via les moteurs de recherche, les traces numériques sont des signes pérennes de la présence numérique et donc des supports pour l'appréciation par autrui. Or, si nous pouvons faire l'hypothèse qu'un grand nombre d'internautes sont à même de composer une identité numérique, en rendant cohérent ce qu'ils montrent d'eux et les attentes d'autrui, ils sont moins nombreux à saisir ce qu'il se passe du côté technique et logiciel de ces espaces (Merzeau, 2009, 24). Ainsi, l'identité numérique comprend deux dimensions. D'abord, elle est construite, et modulable, par un individu y projetant un certain nombre de ses attributs sociaux dans une logique de reconnaissance par des pairs ou, plus globalement, par un public. L'identité numérique a donc une portée relationnelle, ce qui n'est pas propre aux

interactions en ligne. Ensuite, elle comporte également une part d'incertitude entourant le rôle que les traces laissées, et donc les « signes » de l'identité, peuvent jouer. Produite dans des cadres parfois très différents, cette caractéristique de l'identité numérique a une importance particulière lorsque nous nous intéressons à l'interrelation entre des présences en ligne sur des espaces a priori distincts comme le sont les profils Facebook et les profils Viadéo, par exemple. Pour Fanny Georges (2009), l'identité numérique est bien à considérer comme un entrelacement complexe entre une pluralité de dimensions propres à l'individu autant dans ce qu'il déclare être que dans ce qu'il réalise. Sur les réseaux socionumériques, l'identité en ligne est construite autour de trois grandes dimensions liées aux usages de l'individu, qu'il soit directement impliqué (dans les cas d'auto-narration) ou non (quand l'interface révèle ses actions notamment) :

L'identité numérique est divisée en trois ensembles de signes : l'identité déclarative, l'identité agissante et l'identité calculée. L'« identité déclarative » se compose de données saisies par l'utilisateur (exemple : nom, date de naissance, photographie). L'« identité agissante » se constitue du relevé explicite des activités de l'utilisateur par le Système (exemple : « x et y sont maintenant amis ») ; l'« identité calculée » se manifeste par des variables quantifiées produites d'un calcul du Système (exemple : nombre d'amis, nombre de groupes). Cette typologie permet de conduire une analyse quantitative de l'emprise culturelle des logiciels du web 2.0 sur la représentation de l'identité à travers l'exemple de Facebook (Georges, 2009, 168).

La mise en récit de soi sur internet est donc un processus complexe mettant en scène des variables différentes et reliées entre elles. D'abord, les données que l'utilisateur publicise sur son profil représentent une première dimension : la manière dont les jeunes se déclarent, les informations qu'ils diffusent et la forme de celles-ci sont des démarches individuées constituant autant de signes identitaires. Ensuite, la création d'un réseau de pairs laisse des traces à l'intérieur du système ; celles-ci sont donc accessibles par autrui. Ces derniers peuvent prendre connaissance, et, le cas échéant, juger ou interpréter l'évolution du réseau et du parcours sociobiographique de ses membres sur la base des actions de l'utilisateur.

## 2.

### Les risques de l'absence

Imprégnés des discours relatifs aux difficultés d'accéder à un travail stable et cohérent avec leurs aspirations ou qualifications, les jeunes ne s'engagent plus sur les dispositifs numériques professionnels uniquement pour agrandir le panel d'outils à leur disposition ; bien plus, leur appropriation de ces plateformes, et notamment des RSP, comprend une portée plus symbolique qu'opérationnelle.

En effet, si nous observons effectivement une dimension très instrumentale et stratégique des usages des moteurs de recherche d'emploi ou encore du réseau comme porte d'accès vers un travail, les jeunes montrent également un désir de se préserver des risques d'une absence numérique.

Nous présentons ces risques en trois grandes catégories plus ou moins saillantes selon les intentions, stratégies ou craintes des jeunes diplômés. D'abord, il apparaît que ces derniers souhaitent éviter un déficit de réputation, sous-entendant leur manque de maîtrise des enjeux liés à la traçabilité en ligne. Ensuite, les jeunes se protègent contre le risque d'un déficit d'information, le web étant notamment un espace riche en opportunités professionnelles. Enfin, cette population perçoit son habileté numérique comme le signe d'une employabilité utile pour se différencier sur le marché de l'emploi ; une absence sur les RSP renverrait alors à un déficit de compétence comme prédisposition professionnelle. Soulignons que si les deux premiers cas peuvent être lus conjointement, en ceci qu'ils font écho avec des problématiques déjà connues des jeunes (la gestion du regard d'autrui et l'accès à l'information), le dernier s'inscrit de manière plus explicite dans le contenu des missions qu'ils seraient amenés à réaliser.

### 2.1. Un déficit de réputation et d'information

Le déclencheur des changements de regard des jeunes concernant leurs usages du web, mais aussi le point de rupture qui s'opère, renvoient à un besoin particulier : la gestion de l'incertitude entourant à la fois ce qu'ils rendent (ou ont rendu) visible en ligne et ce qu'autrui est susceptible d'en faire. Selon nous, ce phénomène fait écho avec la confiance, ou au contraire la méfiance, que les jeunes portent sur les dispositifs numériques, et en particulier sur les réseaux socionumériques au travers des paramètres de confidentialité ; la crainte est de voir des pairs ou, pire, des recruteurs évaluer leur employabilité à l'aune de ces données produites en dehors du cadre professionnel. La question de la « confiance » est complexe. Bien que présente lors de toute interaction, lorsque les partenaires présupposent le partage d'un cadre commun pour l'action, elle ne se traduit pas de la même manière selon le contexte. Soulignons que la confiance, qu'elle soit ressentie ou non, et les actions de chacun ne s'alignent pas nécessairement. En effet, nous ne pouvons pas exclure que, quand bien même la confiance soit relative voire absente, les individus auront une attitude hostile les uns envers les autres. Chacun « ferait avec » l'incertitude inhérente à toutes les interactions même si, selon le contexte, l'investissement personnel peut être plus ou moins fort. C'est cette incertitude, dont la manifestation ici est le risque lié à la réputation, que les jeunes cherchent à maîtriser au travers de leur investissement sur les dispositifs numériques (nous concernant, professionnels) :

Cette forme antérieure ou postérieure du savoir sur un être humain qu'est la confiance en lui – de toute évidence l'une des forces de synthèse

les plus importantes au sein de la société – va connaître de ce fait une évolution particulière. Dans la mesure où elle est une hypothèse sur une conduite future, assez sûre pour qu'on fonde sur elle l'action pratique, la confiance est aussi un état intermédiaire entre le savoir et le non-savoir sur autrui. Celui qui sait tout n'a pas besoin de faire confiance, celui qui ne sait rien ne peut raisonnablement même pas faire confiance (Simmel, 1999, 355-356).

Le dénominateur commun à toute forme de relation, qu'elle soit numérique ou non, résiderait dans un présupposé impliquant que chacun ait connaissance des attentes de l'autre et que tous respectent celles-ci. Nous concernant, les recruteurs potentiels agiront en tant que tels en présupposant que les candidats joueront leur rôle de candidat et inversement. En effet, si les jeunes ont d'abord accordé leur confiance aux dispositifs numériques pour encadrer leurs relations de sociabilité, ils témoignent également d'une plus grande méfiance lorsque les structures professionnelles apparaissent dans leurs parcours, mêlant les espoirs portés sur les services en ligne pour l'accès à un travail et les inquiétudes quant à une relation entre recruteur et candidats potentiellement existante en dehors d'un cadre professionnel. La tension entre la volonté de s'approprier les dispositifs numériques professionnels, perçus comme étant des outils utiles pour la carrière professionnelle, et le sentiment de ne pas être en mesure de gérer l'incertitude entourant leurs usages, a eu des conséquences sur les professions de services liées au numérique. En effet, les questions de confiance et d'incertitude liées au numérique ont favorisé l'émergence d'un nouveau marché : celui la « e-réputation ».

Par ailleurs, les conséquences pratiques des traces numériques laissées par les candidats, parfois alors qu'ils étaient encore adolescents et que ces injonctions n'existaient pas, demeurent de l'ordre de la spéculation. Les différents discours de recruteurs disponibles vont ainsi globalement dans le sens d'un outil certes mobilisé mais ayant peu d'incidence dans le choix final. La recherche d'informations sur le web par les recruteurs sur les candidats relèverait d'une démarche ludique plutôt que d'un critère fondamental, ces critères demeurant le niveau de qualification et l'expérience de ces derniers. Cependant, la crainte que les recruteurs accèdent à des données discréditantes est bien présente dans les discours des jeunes qui tendent à développer des stratégies en matière de présentation de soi sur le web professionnel. Les internautes sont donc confrontés à deux discours a priori contradictoires : l'un, formulé par les RSN privés réunissant une part importante d'entre eux, encourage le dévoilement en ligne ; l'autre, qui peut se lire dans des blogs spécialisés mais aussi dans les préconisations d'institutions officielles, incite à un contrôle strict des données publiées sur le web. Les discours d'accompagnement relatifs au contrôle de l'identité numérique sont entendus par l'ensemble des jeunes interrogés dans le cadre de l'enquête. Par exemple, Élodie précise que son engagement sur Viadéo s'est accompagné d'une interrogation sur ses usages de Facebook en tant que pendant privatisé :

Quand on arrive en master et qu'on se rend compte qu'il y a la vie professionnelle qui arrive et qu'on nous sensibilise là-dessus, qu'on nous dit de faire attention à Internet... là quand je suis sortie de la journée de formation sur les formes de recrutement sur Internet, la veille qu'il faut avoir sur les photos, le fait qu'on est « googélisé » par les recruteurs... Je me suis dit vraiment de faire attention. Et depuis ma pratique de Facebook a grandement évolué et j'essaie d'avoir une veille sur Internet.

L'enquête révèle que les jeunes témoignent d'un intérêt presque « narcissique » pour la plateforme : en comparant leurs parcours avec ceux de leurs pairs parfois issus de la même formation qu'eux, les jeunes auto-évalueraient leur employabilité même si cette démarche aura peu d'effet dans la pratique. Ainsi, les usages de Viadéo par les jeunes dénotent une évolution des processus de recrutement et plus particulièrement des critères qui y sont à l'œuvre. En effet, bien que les conditions en faveur de l'accès à un travail semblent avoir peu changé (le niveau de qualification, la spécialité et l'expérience professionnelle demeurent cruciaux), même si cette population a profité de la diffusion du numérique à tous les niveaux du processus, la démocratisation du web a également généré de nouvelles attentes mais aussi des inquiétudes inédites. Encore circonscrites à un éventail assez faible de professions et de postes, voire même à certaines entreprises selon la sensibilité du recruteur, ces interrogations sont néanmoins perçues par les jeunes comme étant réelles. Aussi, les jeunes tendent à confronter les caractéristiques de leur propre parcours avec ceux de leurs pairs afin non seulement de comparer leurs profils respectifs sur le mode d'un miroir mais aussi pour mettre en avant une dimension qu'ils estiment susceptible de les différencier aux yeux de l'employeur.

## 2.2. Un déficit de compétence comme prédisposition professionnelle

La diffusion des dispositifs numériques au sein des entreprises et, *in extenso*, dans la conduite des missions entraîne des attentes de la part des recruteurs concernant les profils des candidats. Si la maîtrise de ces outils est devenue une évidence tant ils sont présents dans le quotidien de chacun, quelle que soit l'intensité des usages, la présence sur un RSP renverrait le signe de prédispositions particulières, utiles dans le cadre de certaines professions. En conséquence, pour ces professions, ne pas montrer ces aptitudes constituerait un obstacle lorsque les recruteurs sont amenés à départager les candidats comme l'avance François (DRH d'une grande banque française) par exemple :

Est-ce qu'un jour, pour certaines fonctions, un des critères de sélection sera qu'un candidat ait plus de 300 contacts sur LinkedIn ? Parce que sa fonction, je ne sais pas, ça sera d'être commercial. Une de ses fonctions traditionnelles c'est d'avoir un réseau. Finalement quand une entreprise recrute un commercial, elle recrute un carnet d'adresse. Est ce que demain on peut imaginer qu'on prend quelqu'un parce qu'il a une visibilité en externe et qu'il a une légitimité ? Étant donné que c'est

quelque chose recherchée par l'entreprise. Pourquoi pas. Ça peut être aussi recherché par l'entreprise parce que elle se dit, sur le sujet qui l'intéresse, ce n'est pas tant d'acheter le carnet d'adresse pour faire de la prospection derrière mais cette personne là, ce collaborateur qui est présent en externe dans des réseaux etc., peut être qu'au travers de lui on aura une source d'information privilégiée sur le marché, sur la concurrence et que peut être cette information aura une valeur qu'on utilisera dans le business. Cette personne là aura les bons contacts. On pourra identifier les bonnes personnes qui seront susceptibles de donner les informations quinze jours avant et qu'on pourra exploiter mieux qu'un concurrent. Ça peut être un autre aspect aussi.

Une telle maîtrise de leurs traces numériques et plus globalement une telle démarche est perçue comme un signe de compétence professionnelle par les jeunes de la même manière qu'un Book est mobilisé par des artistes pour exposer leur savoir-faire. Comme Magalie le souligne, au-delà des usages éventuels et ainsi de la démonstration effective de compétences professionnelles, l'enjeu d'une présence sur un réseau socionumérique au moment de la recherche d'emploi est bien de laisser penser au recruteur qu'elle dispose de certains savoir-faire susceptibles d'être réinvestis dans le cadre de missions :

Oui, et puis même c'est important que les gens, en communication en tout cas, voient qu'on est connectés : qu'on sait se servir des outils web, qu'on sait les contrôler, qu'on sait les optimiser etc. Si on tape notre nom sur Google et qu'on voit que vous n'avez pas de Facebook, pas de Twitter. On va se dire, « Bon bah c'est bien gentil mais est ce qu'il va savoir s'en servir si moi je veux lui faire faire du community management ? », qui est aujourd'hui dans tous les postes. C'est presque un critère sur le CV de savoir se servir de ces outils là. C'est pour ça que je suis sur LinkedIn alors que je ne m'en sers pas. C'est juste pour dire que je suis sur ce réseau là, pour montrer que mon CV est en anglais là-dessus (Magalie, 22 ans, Master communication).

En effet, comme elle le précise par ailleurs, elle considère qu'une présence sur les réseaux socionumériques professionnels est cohérente avec la profession dans laquelle elle se projette ; elle constitue également un signal d'une maîtrise de compétences professionnelles perçues comme étant attendues (ici une aisance avec les réseaux socionumériques dans le cadre de missions de community management voire de l'anglais).

### 3. Conclusion

Savoir se présenter à autrui conformément aux différentes normes sociales régissant l'interaction est une habileté acquise dans le cadre de la socialisation

de chacun. Cette présentation de soi ne prend pas uniquement corps lors d'une interaction synchrone et en coprésence mais est également à voir dans les CV ou lettres de motivation traditionnels. Aujourd'hui, l'identité numérique et la gestion de la traçabilité seraient des signes de compétences professionnelles et plus largement de compétences sociales. Nous pouvons ainsi considérer que, à ce stade de la carrière des jeunes, la présence sur un RSP ne fait pas uniquement écho avec une stratégie de recherche d'emploi. L'engagement des jeunes sur de tels espaces traduirait leur conscience des enjeux liés aux publications en ligne. En effet, si certains démontrent effectivement des stratégies liées à l'accès à un travail, les questions relatives à la réputation en ligne reviennent avec insistance dans les discours des jeunes. Les usages des RSP par les jeunes sont donc à la fois destinés à les aider dans l'accès à un travail et à se présenter comme étant sur le point d'en rechercher un. Être présent sur les plateformes numériques liées à l'emploi signifierait alors, autant du point de vue des employeurs que des pairs, que l'utilisateur entre dans une phase de son parcours socio-biographique où les études s'achèvent et où la vie active commence réellement.

A ce titre, l'absence numérique constituerait un handicap pour les jeunes pouvant faire écho avec un déficit réel ou perçu autant par les employeurs que par les candidats eux-mêmes. Bien qu'à l'heure actuelle la réalité empirique de la recherche de la présence numérique par les recruteurs sur les candidats doive être nuancée et que des recherches doivent encore être réalisées pour en saisir la portée exacte, il semblerait néanmoins que, pour certaines professions et certains postes, les traces en ligne constituent une manière parmi d'autres de créer de la différenciation. Enfin, nous montrons que les craintes des jeunes concernant la réputation numérique sont bien réelles et transforment leur approche de l'emploi et ce faisant leur socialisation professionnelle.

## Bibliographie

Aillerie K. (2008). « Les pratiques de recherche d'information informelles des jeunes sur internet ». In : [http://hal.archives-ouvertes.fr/sic\\_00344181/](http://hal.archives-ouvertes.fr/sic_00344181/).

Becker H. S. et Carper J. (1956). « The element of identification with an occupation », *American sociological review*, n° 3/21, p. 341-48.

Dubar C. (1996). *La socialisation : construction des identités sociales et professionnelles*, 2<sup>e</sup> édition revue, Armand Colin, Coll. U. Paris.

Flichy P. (2008). « Technique, usage et représentations », *Réseaux*, n° 148, p. 147-74.

Georges F. (2009). « Représentation de soi et identité numérique. Une approche sémiotique et quantitative de l'emprise culturelle du web 2.0 », *Réseaux*, n° 154, p. 165-93.

Goffman E. (1973). *La mise en scène de la vie quotidienne. La présentation de soi*, Les éditions de minuit, Le sens commun, Paris.

Goffman E. (1987). *Façons de parler*, Les Editions de Minuit, Paris.

Granovetter M. (1983). « The strength of weak ties: a network theory revisited », *Sociological Theory*, vol. 1, p. 201-33.

Jouët J. (2011). « Des usages de la télématique aux Internet Studies ». In *Communiquer à l'ère du numérique. Regards croisés sur la sociologie des usages*, p. 45-90, Collectif Presse de l'Ecole des Mines de Paris, Paris.

Merzeau L. (2009). *Du signe à la trace : l'information sur mesure*, Vol. 53, C.N.R.S. Editions.

Metton-Gayon C. (2009). *Les adolescents, leur téléphone et Internet. « Tu viens sur MSN ? »*, L'Harmattan, Paris.

Pasquier D. (2005). *Cultures lycéennes : la tyrannie de la majorité*, Editions Autrement, Paris.

Povéda A. (2015). « Les jeunes diplômés face à leurs publics. L'engagement sur un réseau socionumérique professionnel », *Questions de communication, série Actes*, n° 31, p. 89-104.

Simmel G. (1999). *Sociologie, études sur les formes de la socialisation*, Quadrige, Presses Universitaires de France – PUF, Paris.



